
МЕДИАТРЕНДЫ СПОРТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ: ОПЫТ СПУТНИКОВОГО ТЕЛЕКАНАЛА НТВ-ПЛЮС ФУТБОЛ

Р.Л. Гутцайт

Кафедра теории и истории журналистики
Филологический факультет
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Макля, 6, Москва, Россия, 117198

Статья посвящена изучению современных трендов спортивной журналистики на примере телеканала НТВ-Плюс Футбол. Показано, что спортивное телевидение развивается по пути количественного и качественного изменения контента, превращения эфирного продукта в мультимедийный, неограниченного доступа к медиаканалам и внедрения интерактивных пользовательских сервисов. Зрительская аудитория активно вовлекается в производство телевизионного продукта, а профессия спортивного журналиста становится все более многофункциональной и ответственной.

Ключевые слова: медиасреда, спортивный контент, тренд, дигитализация, конвергенция, медиатизированная публика, интерактивность.

Благодаря повсеместному внедрению и использованию новейших информационных технологий медиадействительность, в том числе спортивное телевидение, стремительно меняется. Процесс «медиатизации» спорта, т.е. создание и распространение телевизионного продукта техническими средствами постоянно совершенствуется. Происходит формирование и внедрение новых современных стандартов как в сфере технологических решений, так и в области контента. В статье будут рассмотрены основные тренды спортивной журналистики на примере группы спутниковых телеканалов НТВ-Плюс Футбол.

Короткий жизненный цикл спортивной телепередачи (в отличие от других видов телепродукта) не позволяет без ощутимой потери зрительской аудитории транслировать ее в многократных отложенных повторах. Успех у целевой аудитории зависит от того, насколько своевременно, «вживую» («live»), ярко по форме, качественно по содержанию и охвату (показу) основных драматических коллизий, вызывающих эмоции, будет воплощен спорт на экране. И в этой связи главным трендом современного спортивного телевидения является прямое освещение спортивного события (режим онлайн) и постоянное увеличение объема спортивного контента. Если первоначально (1996 г.) на НТВ-Плюс собственные спортивные трансляции осуществляли всего два канала — «Футбол» и «Спорт», то в настоящее время таких каналов уже девять. Кроме увеличения числа собственных каналов и объема вещания, в 2007 г. впервые в России на платформе НТВ-Плюс появился спортивный канал в качественно новом формате телевидения высокой четкости «HD Спорт». Осенью 2010 г. стартовал телеканал в формате 3D, который стал вторым в Европе (после британского Sky 3D).

Футбольная тематика отражается на телеканалах «Футбол», «Спорт», «Спорт on-line», «Спорт Классика», «Спорт ПЛЮС». Здесь регулярно и в полном объеме демонстрируются чемпионаты Испании, Италии, Германии, Франции, Голландии,

Бразилии. Все многообразие отечественного футбола, а именно показы матчей Премьер-лиги российского футбольного чемпионата, наиболее интересные матчи Первого дивизиона, Кубка России, игры Чемпионата России по пляжному и мини-футболу представляет канал «Наш Футбол».

Экспозиция отечественного футбола является беспрецедентной по объему и глубине освещения. Каждый тур чемпионата России состоит из восьми матчей, которые играют в два выходных дня. В каждый игровой день перед первой прямой трансляцией матча в эфир выходит программа «Разогрев». Ведущий и профессиональные эксперты помогают аудитории настроиться на игровой день. Полтора часа телепередачи включают репортажи о тренировках противоборствующих команд, эксклюзивные интервью, сюжеты о тактике клубов, в том числе специально подобранное видео, отражают интригу матча (например, лучший бомбардир команды против сильнейшего вратаря первенства). По ходу эфира в программу включаются корреспонденты с места событий (play-by-play announcer) с предметными новостями непосредственно со спортивной арены. Для полноты информации и смены ритма «внутри» программы «Разогрев» предусмотрены два выпуска пяти-, семиминутных спортивных новостей.

По окончании матчей первого игрового дня в эфир телеканала выходит программа «По горячим следам», где задача ведущих — расставить акценты в состоявшихся противостояниях. С этой целью проводится детальный анализ видеосюжетов наиболее острых моментов игры. Опытные эксперты понятным для большинства болельщиков языком в формате дискуссии с использованием инфографики проводят детальный (зачастую поккадровый) разбор тактики и стратегии противоборствующих команд.

Во второй (заключительный) игровой день после уже ставшей традиционной программы «По горячим следам» выходит часовая программа «Обзор тура». Здесь телезрителю предлагаются комментарии тренеров и футболистов, повторы голов и опасных моментов, а также сюжеты корреспондентов, побывавших на ключевых матчах тура. В заключение программы определяется лучший (худший) игрок и самый красивый гол. «Обзор тура» является аналитическим завершением футбольного уикенда и ставит своей задачей удовлетворение информационных запросов зрителей, по тем или иным причинам не смотревших матчи, но желающих быть в курсе главных событий российского футбола.

Наряду с телетрансляциями матчей и их аналитическим разбором контент спортивных каналов НТВ-Плюс содержит программы, помогающие понять суть футбола как мирового феномена. Авторские программы «Международная панорама», «Футбольный клуб», «Свисток», «90 минут» раскрывают все нюансы популярной игры.

Кроме аналитических программ, спортивные телеканалы НТВ-Плюс развивают и развлекательные: «Футбол от кутюр», «Дневник его жены», «Играй красиво», «Свободный удар», программа «Отбей» о вратарях, «Забей» — о нападающих, «Неформат» — юмористический материал о курьезах на футбольных полях. Такой широкий спектр телевизионного спортивного контента позволяет максимально удовлетворить интересы как основной (ядровой), так и сочувствующей аудитории канала.

Технологический прорыв перевода содержания СМИ во всех его формах — текстовой, визуальной, звуковой — в цифровой формат (digitalization) разрушил классическую триаду «канал—содержание—аудитория», описанную классиком медиаисследований Г.М. Маклюэном [1]. Связь средства массовой информации, воспринимаемого как канал, и его содержания становится все менее очевидной. Более того, каналы, контент и аудитория могут существовать достаточно независимо друг от друга [2]. В то же время дигитализация прокладывает дорогу конвергенции — сближению и взаимопроникновению различных каналов передачи информации [3]. Классическое телевидение и new media, в частности Интернет, тесно переплетаются. Так, на первых этапах своего существования телеканал НТВ-Плюс Футбол использовал Интернет только для продвижения эфирного продукта. Сайт телеканала был «визитной карточкой» и выполнял в основном презентационную и информационную функции. Однако с 2010 г. он является «самостоятельным» продуктом с насыщенным сетевым наполнением, содержащим видеоподкасты, фото и инфографику. Реализована популярная в Европе и Америке система pay-per-view для заказа телевизионного просмотра матчей, не вошедших в основной пакет программы вещания. Стала доступной интернет-трансляция спортивных мероприятий по заказу абонента. К традиционным функциям сайта присоединились коммуникативная, интерактивная и транзакционная. Таким образом, определяется еще один важный тренд спортивного телевидения — интерактивность, возросшие возможности подключения и неограниченный доступ к медиаканалам.

Благодаря технологическим достижениям качественно меняется и аудитория спортивного телеканала. Она берет на себя традиционно выполняемые журналистами функции творчества и отбора, создавая так называемый user generated content. Участие аудитории в производстве содержания — еще одно направление развития спортивного телевидения.

На сайте телеканала действует специализированный форум «Футбол», темы и наполнение которого определяют пользователи. Именно «продвинутой» подготовленной аудиторией определяется разнообразие поднимаемых тем и глубина их обсуждения.

Ввиду большого интереса аудитории к комментаторам телеканала на сайте действуют конференции и блоги ведущих спортивных журналистов НТВ-Плюс Футбол (В. Уткина, Ю. Розанова, Г. Черданцева, А. Шмурнова и др.). Кроме того, блоги имеют теле- и радиопродукты «Футбольный клуб» и «Чего хотят женщины». Здесь выкладываются видеоанонсы передач, интервью со звездами футбола, публикуются и обсуждаются подробности «закадровой» части работы спортивного журналиста, что особенно интригует болельщиков и формирует их дальнейший интерес к телевизионному продукту.

Конференции и блоги оснащены опциями комментирования и оценки, благодаря чему пользователи могут выставлять рейтинги публикуемым журналистским материалам, присоединяться или не соглашаться с мнением автора. Спортивный журналист в интернет-среде оттачивает профессиональные навыки, совершенствует аргументацию, что способствует в итоге созданию более качественного телепродукта.

Одним из трендов спортивного телевидения является новое качество телесмотра программы — телесмотрение за компьютером, сопровождающееся онлайн-обсуждением и генерированием вопросов в прямой эфир. Благодаря применению интерактивных онлайн-сервисов традиционная телеаудитория трансформируется в «медиатизированную публику» («mediated public»).

Современные медиа могут не только доставлять сообщения и вызывать эмоции, но и становятся основой для социального взаимодействия [1]. Вокруг телевизионного продукта формируется виртуальная общность пользователей (object-centered sociality). Авторитет такого виртуального сообщества постоянно растет. Так, в течение трех лет по инициативе зрителей и пользователей сайта НТВ-Плюс Футбол в рамках форума проводится конкурс на звание лучшего журналиста-комментатора. Отслеживается динамика рейтинга участников, обсуждаются сильные и слабые стороны комментаторов и корреспондентов. Благодаря высокой компетентности аудитории форума сотрудники спортивной редакции подвергаются конструктивной критике, получают объективные оценки своей работы и весьма ценные советы. В 2010 году конкурс на звание лучшего комментатора, которому присвоено имя В.Н. Маслаченко, получил на канале официальный статус.

Активность медиатизированной публики способствует тому, что спортивный журналист заблаговременно получает актуальные вопросы, изучает замечания и пожелания, может проследить обсуждение и оперативно оценить интерес к своему материалу. Например, в день эфира авторской программы Г. Черданцева «90 минут» на сайте телекомпании открывается соответствующая ветка на форуме, где телезрители задают вопросы, которые затем во время прямого эфира озвучивает соведущая передачи и обсуждают гости в студии. В ряде случаев зритель активно вторгается в предварительный сценарий программы и играет важную роль в создании телевизионного продукта.

Профессия современного журналиста становится все более многофункциональной. Это еще один тренд развития, который можно выделить, исследуя особенности работы спортивной редакции телеканала НТВ-Плюс. Условия широкой медиасреды неизбежно заставляют журналиста овладевать современными технологиями работы с текстом, звуком и видео, быть мобильным и способным работать в любом формате, создавать медиавергентный (легко трансформирующийся и адаптирующийся к специфике медиаканала) контент, решать творческие задачи в сжатые сроки и испытывать при этом определенные информационные перегрузки [4].

Такой характер деятельности позволяет спортивному журналисту реализоваться в разных ролях (корреспондента, репортера, ведущего, блогера), а работая на трансляции матча со стадиона, испытать себя в качестве комментатора-эксперта (color commentator), комментатора с места событий (play-by-play announcer) или презентера (sports presenter).

Разнообразные роли накладывают на спортивного журналиста и дополнительную ответственность. В условиях потери монополии на поиск и размещение информации ему приходится быть особенно убедительным, яснее выражать собственную позицию, т.е. быть максимально профессиональным. Особенно актуальными становятся задачи формулирования информационной повестки дня и мо-

деривирования информационных потоков (controlled user-generated content), что, в свою очередь, в значительной степени способствует трансформации преобладающего сегодня в медиасреде «группового сумасшествия» («madness of the mobs») и формированию «коллективного разума» («wisdom of the crowds»). Все это способствует максимальному раскрытию творческого потенциала современной «медийной личности».

С одной стороны, опыт работы спутникового канала НТВ-Плюс Футбол показывает, что расширение линейки устройств, с помощью которых потребитель получает весь спектр спортивной информации, заставляет журналиста учиться создавать и совершенствовать контент под каждый канал доставки информации. С другой стороны, современные тенденции превращения эфирного контента телеканала в мультимедийный расширяет аудиторию (в том числе за счет радиослушателей и интернет-пользователей), привлекает внимание к эфирной версии (за счет анонсирования и обсуждения в блогах), дает зрителям дополнительные интерактивные сервисы и, в конечном счете, укрепляет не только бренд, но и коммерческую бизнес-составляющую проекта НТВ-Плюс.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Маклюэн Г.М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева. — М.: Кучково поле; Гиперборя, 2007.
- [2] *Вартанова Е.Л.* Теория СМИ: Актуальные вопросы. — М.: МедиаМир, 2009.
- [3] Интернет-СМИ. Теория и практика / Под ред. М.М. Лукиной. — М.: Аспект-Пресс, 2010.
- [4] *Кирия И.* Newsroom: перезагрузка // Медиа Профи. — 2009. — № 7—8. — С. 40.

MEDIA TRENDS OF SPORTS JOURNALISM: EXPERIENCE OF SATELLITE TELEVISION CHANNEL NTV PLUS FOOTBALL

R.L. Gouttsait

Department of the theory and journalism history
Philological faculty
Peoples' Friendship University of Russia
Mikluho-Maklaja str., 6, Moscow, Russia, 117198

Article is devoted studying of modern trends of sports journalism on an example of television channel NTV-Plus Football. It is shown that the sports television develops by the way of quantitative and qualitative change of a content, transformation of a television product in multimedia, unlimited access to media channels and introductions of interactive user services. The spectator audience is actively involved in manufacture of a television product, and the profession of the sports journalist becomes more and more multipurpose and responsible.

Key words: Media Area, sports content, trend, digitalization, convergence, mediated public, user generated content, interactivity.